**2023-2024 оқу жылының күзгі семестрі**

**«Имижделогоия» білім беру бағдарламасы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Пәннің коды** | **Пәннің атауы** | **Студенттің өзіндік жұмысы (СӨЖ)** | **Сағат саны** | | | | **Кредит саны** | | **Студенттің оқытушы басшылығымен өзіндік жұмысы (СОӨЖ)** | |
| **Дәрістер (Д)** | | **Практ. сабақтар (ПС)** | **Зерт. сабақтар (ЗС)** |
| TDM 4322 | Қоғаммен байланыс | 14 | 15 | |  | 60 | 3 | | 7 | |
| **Курс туралы академиялық ақпарат** | | | | | | | | | | |
| **Оқытудың түрі** | **Курстың типі/сипаты** | **Дәріс түрлері** | | **Практикалық сабақтардың түрлері** | | | | **СӨЖ саны** | | **Қорытынды бақылау түрі** |
| Онлайн | Теориялық және практикалық | проблемалық,  аналитикалық дәріс | | Іс-шараларды жобалау мен ұйымдастыруды басқарудағы, іс-шараларды басқарудағы және оқиғалық маркетингтегі тәжірибелеріне негізделген. | | | | Кемінде үш | | Жобалау жұмысы |
| **Дәріскерлер** | НҰРЖАНОВА Шарипа Сыздыққызы  аға оқытушы | | | | | | |  | | |
| **e-mail** | nurgans61@gmail.com | | | | | | |
| **Телефондары** | 87474195892 | | | | | | |

|  |
| --- |
| **Курстың академиялық презентациясы** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Пәннің мақсаты** | **Оқытудың күтілетін нәтижелері (ОН)**  Пәнді оқыту нәтижесінде білім алушы қабілетті болады: | ОН қол жеткізу индикаторлары (ЖИ)  (әрбір ОН-ге кемінде 2 индикатор) |
| Нақты студенттерді имиджелогия пәнінің теориясымен және практикасымен таныстыру, бұл орайда заман талабынан туындап отырған сұраныстарға орай нақты әрі прагматикалық ақпаратпен қамтамасыз ету, мемлекеттің, компанияның, саяси көшбасшының, сондай-ақ жеке тұлғаның имидждерін жасау ерекшеліктерін ұғындыру, бренд жасау технологиясымен таныстыру болып табылады және теориялық білім мен практикалық дағдыларды игеру. | ОН 1.Ерекше оқиға проблемаларды шешу құралы ретінде  Арнайы іс-шараларға қойылатын талаптар  Іс-шара маманы неге дайын болуы керек?  Іс-шараның негізгі компоненттері Оқиға мен оқиғаның түсінігі: ұқсастықтары мен айырмашылықтары.  2. Арнайы іс-шара, оқиғаларды басқару, оқиға, оқиғаларды басқару ұғымдары.  3. Іс-шаралар мен оқиғалардың жіктелуі.  Іс-шараларды басқарудың басты бағыты клиент, жеке шешімдер, субъективті қабылдау және психологиялық әсерлер болуы өте маңызды. Суреттер, кестелер, мысалдар мен бақылау тізімдері материалды жақсы түсінуге көмектеседі және т.б. ең бастысы, оны практикада қолдану. | ЖИ 1.1. Бағдарламаны ерекше оқиға проблемаларды шешу құралы ретінде құру  ЖИ 1.2. Арнайы іс-шараларға қойылатын талаптар құру.  ЖИ 1.3. Бағдарламада іс-шара маманы неге дайын болуы керектігін түсіну.  ЖИ 1.4. Іс-шараның негізгі компоненттерін басқару мүмкіндігі.  ЖИ 1.5. Оқиға мен оқиғаның түсінігін білу. |
| ОН 2Іс-шараларды ұйымдастыруғаа арналған нұсқаулық болып табылады және нақты оқиғаны несімен ерекшелендіретіні және оны қалай басқару керек, оны қалай жоспарлау және дәйекті түрде жүзеге асыру керек деген мәселелерді жан-жақты қамтиды | ЖИ 2.1. Негізгі және кеңейтілген эвен іс –шаралар ұйымдастырудың формалардың құрылысын иелену.  ЖИ 2.2. Сахна объектілерімен жұмыс істей білу және білу.  ЖИ 2.3. Объектілерді клондау мен трансформация әдістерін меңгеру.  ЖИ 2.4. Объектілер массивін құру әдістемесін меңгеру.  ЖИ 2.5. Күрделі эвент іс-шаралар ұйымдастыру кезінде оқиғаны түсіну және иелену. |
| ОН 3. Іс-шараларды басқарудың басты бағыты клиент, жеке шешімдер, субъективті қабылдау және психологиялық әсерлер болуы өте маңызды. Суреттер, кестелер, мысалдар мен бақылау тізімдері материалды жақсы түсінуге көмектеседі және т.б. ең бастысы, оны практикада қолдану. | ЖИ 3.1. Материалдар редакторының командаларын, материалдар түрлерін білу.  ЖИ 3.2. Материалдарды баптау және жаңа материалдарды жасау дағдылары.  ЖИ 3.3. Редакциялау және туралау модификаторларын қолдану дағдылары.  ЖИ 3.4. Деформация және анимация модификаторларын қолдану дағдылары.  ЖИ 3.5. Сплайндар мен формаларды редакциялау командаларына ие болу. |
|  |  |
|  |  |
| **Пререквизиттер** | «Қоғаммен байланысқа (PR) кіріспе», «Қазіргі заманғы коммуникация менеджменті мен маркетингі». | |
| **Постреквизиттер** | «Саяси коммуникациялар жүйесі», «Қоғамдық пікірді зерттеу», «Дағдарысқа қарсы PR».  (бакалавр) | |
| **Әдебиет және ресурстар** | **Негізгі:**  1. Адилова, Л.Ф.. Имиджелогия.- Алматы, 2010  2. Горчакова, В.Г.. Прикладная имиджелогия.- Ростов н/Д, 2010  3. Калюжный, А.А.. Педагогическая имиджелогия.- Алматы, 2004  4. Ким, Л.М.. Политическая имиджеология.- Алматы, 2012  5. Лысикова О., Лысикова Н. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере. – М.: Флинта. – 2006. – 168 с.  6. Насимова, Г.Ө.. Қазақстан Республикасы имиджін қалыптастырудағы саяси институттардың рөлі.- Алматы, 2011  7. Нельке М. Техники креативности. - М.: Омега-Л. – 2006. – 144 с.  8. Панасюк А. Имидж. Энциклопедический словарь. – М.: РИПОЛ классик. – 2007. – 768 с.  **Қосымша:**  1. Беспалов С., Власов А. и др. Механизмы формирования позитивного об-раза России в странах постсоветского пространства. – М.: ИАЦ, 2007. – 132 с.  2. Как противодействовать провокациям тележурналистов. – Б.: Де-По, 2008. – 137 с.  3. Кваша Г. Имидж по знаку зодиака. – М.: Центрполиграф. – 2005. – 397 с.  4. Нирмайер Р., Зайфферт М. Мотивация. – М.: Омега-Л. – 2006. – 124 с.  5. Паркинсон С., Рустомджи М. Искусство управления. – М.: Гранд, 2009. – 272 с.  6. PR и СМИ в Казахстане. Часть 3. Под ред. Л. Ахметовой. – Алматы: Нур. – 2005. – 160 с.  7. Рожков И., Кисмерешкин В. Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приорите-ты. - М.: РИПОЛ классик. – 2008. – 368 с.  8. Фарсон Р. Менеджмент абсурда. Аспекты лидерства, которые часто остаются незамеченными. – София. – 2006.- 191 с. | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Университеттік моральдық-этикалық құндылықтар шеңберіндегі курстың академиялық саясаты** | **Академиялық тәртіп ережелері:**  Барлық білім алушылар ЖООК-қа тіркелу қажет. Онлайн курс модульдерін өту мерзімі пәнді оқыту кестесіне сәйкес мүлтіксіз сақталуы тиіс.  **НАЗАР АУДАРЫҢЫЗ!** Дедлайндарды сақтамау баллдардың жоғалуына әкеледі! Әрбір тапсырманың дедлайны оқу курсының мазмұнын жүзеге асыру күнтізбесінде (кестесінде), сондай-ақ ЖООК-та көрсетілген.  **Академиялық құндылықтар:**  - Практикалық / зертханалық сабақтар, СӨЖ өзіндік, шығармашылық сипатта болуы керек.  - Бақылаудың барлық кезеңінде плагиатқа, жалған ақпаратқа, көшіруге тыйым салынады.  - Мүмкіндігі шектеулі студенттер nurgans61@gmail.com е-мекенжайы бойынша консультациялық көмек ала алады. |
| **Бағалау және аттестаттау саясаты** | **Критериалды бағалау:** дескрипторларға сәйкес оқыту нәтижелерін бағалау (аралық бақылау мен емтихандарда құзыреттіліктің қалыптасуын тексеру).  **Жиынтық бағалау:** аудиториядағы (вебинардағы) жұмыстың белсенділігін бағалау; орындалған тапсырманы бағалау. |

**ОҚУ КУРСЫНЫҢ МАЗМҰНЫН ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ КҮНТІЗБЕСІ (кестесі)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Апта/ моду-ль | Тақырып атауы | ОН | ЖИ | Сағат саны | Ең жоғары балл | Білімді бағалау формасы | Сабақты өткізу түрі / платформа |
| **1-Модул. Эвент ұйымдастыру негіздері** | | | | | | | |
| 1 | **1Д.** Дәріс 1. Комуникативтік кеңістіктегі имидж, имидж жасауда қолданылатын қазіргі заманғы коммуникациялық тхнологиялар. | ОН 1 | ЖИ 1.1  ЖИ 1.2 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 1 | **1ЗС.** №1Имидж типтері мен түрлері(тапсырма- мысалдар слайд түрінде. ) орындау. | ОН 1 | ЖИ 1.2 | 4 | 8 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 2 | **2Д.** Имидж ғылыми ұғым, табыстылық технологиясы ретінде. Өзіндік тұсаукесердің теориялық қырлары. Имиджден аңызға айналу. | ОН 1 | ЖИ 1.2  ЖИ 1.3 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 2 | **2ЗС.** №2 Имидждік коммуникацияның жалпы моделі. Имиджді басқару, тобыр психологиясы, бейформалды топтар имиджі. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде. Топ жұмысы-іскерлік ойын). зертханалық жұмысты орындау. | ОН 1 | ЖИ 1.2  ЖИ 1.3 | 4 | 10 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 3 | **3Д.** 3Позиционирлеу және манипуляция жасау. Аңызға айналдыру. . | ОН 1 | ЖИ 1.4  ЖИ 1.5 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 3 | **3ЗС.** №3 зертханалық жұмысты орындау. Вербалдандыру және ақпаратты бөліп көрсету, мақсатты ауыстыру. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде. ) | ОН 1 | ЖИ 1.3  ЖИ 1.4 | 4 | 12 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 3 | **1- СОӨЖ. 1-СӨЖ орындау бойынша кеңес.** |  |  |  | 6 |  | ZOOM да вебинар |
| 3 | **1-СӨЖ.**1. СМӨЖ 1. Жарнамадағы, саясаттағы, бизнестегі, адам қызметінің өзге де салаларындағы имидж. | ОН 1 | ЖИ 1.2  ЖИ 1.3  ЖИ 1.4 |  | 18 | 1 ӨТС |  |
| **П-модул.** | | | | | | | |
| 4 | **4Д.**Саяси имидж, саяси имижді жасау жолдары. Дағдарыс жағдайындағы саяси көшбасшы. Саяси көшбасшылық: функциялар мен ресурстар. (*проблемалық дәріс*). | ОН 2 | ЖИ 1.3  ЖИ 2.1  ЖИ 2.2 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 4 | **4ЗС.** №4 зертханалық жұмысты орындау. Саяси көшбасшыныың әлеуметтік базасы мен имиджі. Саяси көшбасшының «өмірлік циклы». Саяси көшбасшы имиджін қалыптастыру. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде. Баянсөз жазу) | ОН 2 | ЖИ 2.1  ЖИ 2.2 | 4 | 14 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 5 | **5Д. Дәріс** Саяси коммуникация. Гендерлік имидждік айырмашылықтар. Саяси PR: символдар. | ОН 2 | ЖИ 1.3  ЖИ 2.3  ЖИ 2.4 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 5 | **5ЗС.** №5 зертханалық жұмысты орындау. Саяси қарсыластар имидждері. Саяси партиялар имиджі. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде. Дискуссия) | ОН 2 | ЖИ 2.1  ЖИ 2.2  ЖИ 2.3 | 4 | 16 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 5 | **2-СОӨЖ. 2-СӨЖ орындау бойынша кеңес.** |  |  |  | 4 |  | ZOOM да вебинар |
| 5 | **2-СӨЖ.** Мифтер соқтығысы үдерістері. Қазіргі заманғы коммуникативтік технологиялар негізінде корпоративтік ақпаратты басқару стратегиясы. | ОН 2 | ЖИ 2.2  ЖИ 2.3 |  | 12 | 2 ӨТС |  |
| 5 | **1 АБ** |  |  |  | 100 |  |  |
| 6 | **6Д.** Мемлекеттер брендтері мен имидждері. Ел брендингі және ребрендинг. | ОН 2 | ЖИ 1.3  ЖИ 2.5 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 6 | **6ЗС.** №6 зертханалық жұмысты орындау. Бәсекеге қабілеттілік. Стратегия және коммуникация. Ұлттық идея.(*жобалық тәсіл*). | ОН 2 | ЖИ 2.1  ЖИ 2.2  ЖИ 2.3  ЖИ 2.5 | 4 | 8 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 7 | **7Д.** Қазақстандық болмыс. Ақиқат пен аңыз. | ОН 3 | ЖИ 3.1  ЖИ 3.2 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 7 | **7ЗС.** №7 зертханалық жұмысты орындау. Саяси және экономикалық факторлар. Өнеркәсіп және ауыл шарукашылығы. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде) | ОН 3 | ЖИ 3.1  ЖИ 3.2 | 4 | 10 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 7 | **3-СОӨЖ. 3-СӨЖ орындау бойынша кеңес.** |  |  |  | 4 |  | ZOOM да вебинар |
| 7 | **3-СӨЖ.**. Эмпирикалық зерттеулер. Қазақстан имиджінің бренді. | ОН 3 | ЖИ 2.5  ЖИ 3.2 |  | 12 | 3 ӨТС |  |
| **IП-модул.** | | | | | | | |
| 8 | **8Д.** Қазақстандағы инвестиция мен туризм. Қазіргі қазақстан қоғамының ішкі және сыртқы қырлары. | ОН 3 | ЖИ 3.3  ЖИ 3.4 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 8 | **8ЗС.** №8 зертханалық жұмысты орындау. Қазақстанныың басым брендін жасау. Қалалар мен аймақтар брендтері. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде) | ОН 3 | ЖИ 3.1  ЖИ 3.2  ЖИ 3.3  ЖИ 3.4 | 4 | 12 | Талдау | ZOOM да вебинар |
| 9 | **9Д.** Посткеңестің кеңістік елдерінде Қазақстанның жағымды бейнесін жасау. | ОН 3 | ЖИ 3.5 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 9 | **9ЗС.** №9 зертханалық жұмысты орындау. Капитализация мәселелері және әлеует. (тапсырма- ақпарат жинау, презентация жасау) | ОН 3 | ЖИ 3.1  ЖИ 3.2  ЖИ 3.3  ЖИ 3.5 | 4 | 14 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 9 | **4-СОӨЖ. 4-СӨЖ орындау бойынша кеңес.** |  |  |  | 4 |  | ZOOM да вебинар |
| 9 | **4-СӨЖ.**Сала имидждері. Кәсіпорынның бренд-имиджі. | ОН 3 | ЖИ 3.4  ЖИ 3.5 |  | 12 | 4 ӨТС |  |
| 10 | **10Д**Ребрендинг және инновация. Әлеуметтік жауапкершілік.  . | ОН 4 | ЖИ 4.1  ЖИ 4.2 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 10 | **10ЗС.** №10 зертханалық жұмысты орындау.Мемлекет және корпоративтік мүдде | ОН 4 | ЖИ 4.1  ЖИ 4.2 | 4 | 16 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 10 | **5-СОӨЖ. 5-СӨЖ орындау бойынша кеңес.** |  |  |  | 2 |  | ZOOM да вебинар |
| 10 | **5-СӨЖ.** Стереотиптерді өзгерту, іс-әрекетке бейімдеу. (*проблемалық-бағытты тәсіл*). (тапсырма- мысалдар слайд түрінде) | ОН 4 | ЖИ 4.2 |  | 6 | 5 ӨТС |  |
| 10 | **МТ (Midterm Exam)** |  |  |  | 100 |  |  |
| **IV-модул.** | | | | | | | |
| 11 | **11Д** Фирма философиясы мен имиджі. Фирма имиджін жасаудың жоба-жоспары. Коммуникация құралдарымен жұмыс істеу. | ОН 4 | ЖИ 4.3  ЖИ 4.4 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 11 | Практикалық (лабораториялық) сабақ 11. Компанияның ішкі имиджі. Эмоционалдық байланыстар. (тапсырма- бейнематериал түрінде) | ОН 4 | ЖИ 4.3  ЖИ 4.4 | 4 | 8 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 12 | 12Д. Мотивация. Жалпы және жеке мотивация. Жеке бас табысыны жеткізетін жолдар. Өмірлік бағдарлама. | ОН 4 | ЖИ 4.5 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 12 | зертханалық сабақ 12. Имидж қалыптастыратын ақпарат түрлері. Пікірлер. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде) | ОН 4 | ЖИ 4.5 | 4 | 10 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 12 | **6-СОӨЖ. 6-СӨЖ орындау бойынша кеңес.** |  |  |  | 4 |  | Вебинар  в ZOOM |
| 12 | **6-СӨЖ.** Келіссөз стилі. Халықаралық протокол. Паравербалдық ақпарат. Кинетикалық имидж. | ОН 4 | ЖИ 4.4  ЖИ 4.5 |  | 12 | 6 ӨТС |  |
| **V-модул.** | | | | | | | |
| 13 | **/Проблемалық/** Дәріс 13. Мақсатқа бағытталған мәдениет. Іскерлік қатынас этикеті. Басшының жұмыстағы және тұрмыстағы этикеті. | ОН 5 | ЖИ 5.1  ЖИ 5.2 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 13 | Практикалық (лабораториялық) сабақ 13. Жеке бас ститілін жасау. «Дресс-код» ұғымы. Вербалдық имидж.(*жобалық әдіс*). |  | ЖИ 5.1  ЖИ 5.2 | 4 | 12 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 14 | 14Д. Имидждің әлеуметтік-психологиялық табиғаты. Жеке бас имиджі. | ОН 5 | ЖИ 5.3  ЖИ 5.4 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
| 14 | Практикалық (лабораториялық) сабақ 14. Жеке бас имиджінің ерекшеліктері. (тапсырма- "Менің және компаниямның имиджі" тақырыбында бейнематериалдар жасау, слайд түрінде) |  | ЖИ 5.3  ЖИ 5.4 | 4 | 14 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 15 | Дәріс 15. Имиджмейкер кәсібі. Коомуникативтік кеңістік құрылымындағы имидж. | ОН 5 | ЖИ 5.5  ЖИ 5.6 | 1 |  |  | ZOOM да бейнедәріс |
|  | Практикалық (лабораториялық) сабақ 15. Көшбасшы және билік имиджі. Сайлау алды технологиялары. (тапсырма- мысалдар слайд түрінде) | ОН 5 | ЖИ 5.2  ЖИ 5.5  ЖИ 5.6 | 4 | 16 | Талдау | MS Teams та вебинар |
| 15 | СМӨЖ 14. Топтық, корпоративтік және пәндік имидж.*(жобалық әдіс*). |  |  |  | 6 |  | ZOOM да вебинар |
| 15 | СМӨЖ 15. Коммуникативтік әсер ету түрлері. Мифтен - бүгінгі күнге. | ОН 5 | ЖИ 5.2  ЖИ 5.3  ЖИ 5.6 |  | 18 | 7 ӨТС |  |
| 15 |  |  |  |  | 100 |  |  |
|  | **Емтихан** |  |  |  | 100 |  |  |
|  | **Барлығы** |  |  |  | 100 |  |  |

Қысқартулар: ОН – оқытудың күтілетін нәтижелері, ЖИ - қол жеткізу индикаторлары, ӨТС – өзін-өзі тексеру үшін сұрақтар; АБ – аралық бақылау.

Декан Көпбаев Темірғали

Методбюро төрағасы М.О.Негізбаева

Кафедра меңгерушісі Н.Т.Шыңғысова

Дәріскер Ш.С.Нұржанова

Ассистент Ә.С.Шегебай